

مقرر دراسات نقدية

اعداد الطالب

مصعب عبد الله بركة



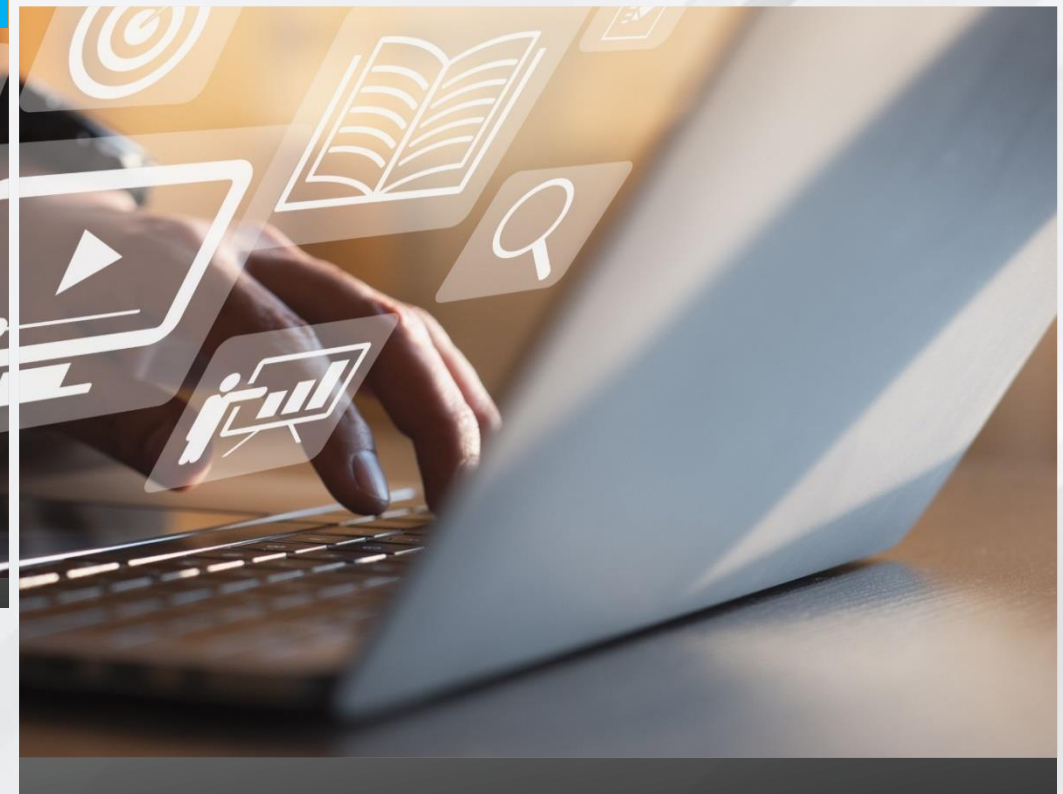
التكليف الخامس: نقد أهمية البحث



التكليف

05

عنوان البحث



النسور، إياد. (٢٠١٧). أثر تطبيق الذكاء التسويقي على تعزيز الابتكار: دراسة مقارنة بين مؤسسات الأعمال السلعية والخدمية في الأردن. المجلة العربية للإدارة، ٣٧(٢)، ٢١٩-٢٤٦.

https://zcom.journals.ekb.eg/article_124591_df45da789f995ae854f10d642552d0d5.pdf



السمات الواجبه في أهمية البحث الأكاديمي الجيد: الأهمية النظرية:

- . أن توضح وجود فجوة بحثية حقيقية في الأدبيات.
- . تساهم في تطوير المعرفة والنظرية في المجال.
- . تقدم إضافة علمية واضحة للمجتمع الأكاديمي.

الأهمية التطبيقية:

- . ترتبط بحل مشكلة واقعية أو عملية تواجه المؤسسات.
- . توضح الفائدة للممارسين (الشركات/المؤسسات/المجتمع).
- . تبين الجهات المستفيدة ومجالات التطبيق بوضوح.
- . تُصاغ بلغة علمية واضحة غير إنشائية.



عرض الأهمية كما ظهرت في البحث:

التكليف

05

الأهمية النظرية:

- أشار الباحث إلى أن الدراسة تعد من الدراسات العربية الحديثة التي تربط الذكاء التسويقي بمفهوم الابتكار في عناصر المزيج التسويقي.
- بين أن نتائج الدراسة تعد إضافة علمية للمكتبة العربية، حيث يندر الربط التحليلي بين الذكاء التسويقي والابتكار في القطاعات الخدمية والسلعية في الأردن.



الأهمية التطبيقية:

- . أوضح الباحث أهمية الدراسة في تركيزها على قطاعات ذات مساهمة مرتفعة في الاقتصاد الأردني (البنوك، شركات التأمين، الاتصالات، المستشفيات، الأدوية، الألبان).
- . بيّن أن الدراسة توفر تغذية راجعة للمسؤولين في هذه القطاعات، بما يساعد على تحسين استراتيجيات التسويق والابتكار وتوظيف الذكاء التسويقي عملياً لتعزيز التنافسية.
- . عرض الباحث أهمية المقارنة بين القطاعين كقيمة عملية لمتخذي القرار.



- ✕ تم تحديد الفجوة البحثية بوضوح في الأدبيات العربية.
- ✕ تمت الإشارة إلى أهمية الدراسة في تعزيز الابتكار عبر الذكاء التسويقي.
- ✕ أوضح الباحث أهمية الدراسة التطبيقية في تحسين ممارسات المؤسسات في الأردن.
- ✕ تم ربط الدراسة بالقطاعات ذات التأثير في الاقتصاد الوطني.



ثانيا: تقييم أهمية البحث

١ - نقاط القوة



- لم يوضح الباحث بشكل محدد الجهات المستفيدة (مثل: إدارات التسويق، مراكز الابتكار، صناع القرار في الوزارات).
- لم يربط الباحث النتائج برؤية الأردن الاقتصادية ٢٠٢٥ أو سياسات التحول الرقمي والتنافسي في البلاد.
- لغة الأهمية كانت أحياناً وصفية عامة وليست تحليلية كمية.



ثانياً: تقييم أهمية البحث

٢ - نقاط الضعف



- ✕ إضافة فقرة تحدد صراحة الجهات المستفيدة: إدارات التسويق، أقسام تطوير الأعمال، صناع القرار في المؤسسات.
- ✕ ربط أهمية البحث بخطط الأردن ٢٠٢٥ ورؤية تعزيز الاقتصاد الوطني والرقمنة.
- ✕ إضافة توضيحات كمية مثل: كيف ستسهم نتائج الدراسة في تحسين كفاءة عمليات التسويق بنسبة معينة أو تقليل الأخطاء في استراتيجيات السوق.



ثانيا: تقييم أهمية البحث

٣- مقترحات التحسين



الخاتمة

بهذا التحليل، يتبين أن أهمية البحث في الدراسة محل التحليل مستوفية أغلب معايير البحث الأكاديمي الجيد، مع إمكانية تعزيزها بربط النتائج برؤية الأردن الاقتصادية وتحديد الجهات المستفيدة وتحويل الأهمية إلى مؤشرات كمية قابلة للقياس.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

